

寻找利益平衡点,构建良性网购生态

本报评论员 陈曦

次销售。无独有偶,因“恶意退货太多”,今年5月,部分奢侈品牌先后对某地部分街道实施发货限制,引发社会广泛关注。这两起热点事件都反映出电商领域部分消费者滥用“七天无理由退货”规则的问题,也暴露出行业诚信缺失、规则失衡、监管亟待细化的深层问题。

在网购场景下,消费者往往很难全面了解商品特性,仅能依靠一段介绍、几张图片来做消费决策参考。“七天无理由退货”规则的设立初衷,是赋予消费者“后悔权”,降低试错成本,更好保障其知情权和自主选择权。实施以来,这一机制在提升购物体验、激发消费热情、释放消费潜力等方面发挥了积极作用,也激励商家提升质量、创新产品、诚信经营,一定程度上促进了电商行业的健康发展。

然而,近年来“七天无理由退货”被滥用,成为别有用心者“薅羊毛”工具的情形时有发生。例如,有的消费者“蹭穿”“试用”后,将商品寄回,“演出服被成批退货”“退回的衣服口袋里还有登机牌”等事件屡屡发生;一些多次尝到过“甜头”的人还会买真退货、买新退旧,甚

至在社交平台上“开班收徒”。

必须明确的是,“无理由”不是“无条件”,更不是“无底线”。根据消费者权益保护法,“退货的商品应当完好”是适用这一规则的前提;《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》又作出进一步解释,商品能够保持原有品质、功能,商品本身、配件、商标标识齐全的,视为商品完好。显然,部分消费者的退货行为突破了相应规则。

近年来,从“仅退款”到“运费险”,再到“七天无理由退货”,电商部分规则频频引发多方关注。

公平、诚信、透明是消费市场良性运转的基石。推动售后机制回归多赢初衷,一方面,平台要细化“运费险”“无理由退货”等条款的适用情形,建立更高效便捷的申诉处理机制,为商家的合理诉求撑腰;另一方面,平台应加大技术投入,精准识别批量下单、高频退货等高风险行为,将相关行为人拉入黑名单。消费者也要强化规则意识,须知钻空子、恶意退货等行为,只会让“吊牌越做越大”式的信任成本上升,最终影响所有消费者的网购体验。

电商规则的争议,本质上是关于如何保障交易双方权利的平衡问题。消费者的合理诉求应当得到满足,商家的正当权益也要捍卫,如何找到最大公约数、利益平衡点,考验着平台的治理智慧。

可喜的是,改变正在发生。从无条件同意“仅退款”,到给予信誉度高的商家更多自主处置权;从默许“刷单控评”“污染评论区”,到基于各项指标建立“真实体验分体系”;从“强制保价”“自动跟价”导致“上新下旧”,到将自主定价权还给商家……在监管部门的纠偏、消费者的建言之下,一些平台不断修补规则漏洞,新的平衡正在探索和形成中——让守信者低成本交易,让钻空子者付出代价,让电商发展稳定有序,在促消费、惠民生上发挥应有的作用。

网购已深度融入我们的日常,成为美好生活的组成部分。各项交易规则是否公平、诚信、透明,关乎电商行业和互联网经济的未来。让“买买买”更加安心、放心、舒心,构建更加和谐有序的网络消费环境,是一个需要在长期实践中不断探索的命题,对此,我们充满关切与期待。

社评

中国新闻专栏

电商规则的争议,本质上是关于如何保障交易双方权利的平衡问题。消费者的合理诉求应当得到满足,商家的正当权益也要捍卫,如何找到最大公约数、利益平衡点,考验着平台的治理智慧。

据6月1日《工人日报》报道,近日,江苏苏州一小学的退货纠纷上了热搜——45把红色雨伞,用完以后“七天无理由退货”为由全部退回,商家收到货后发现,伞面褶皱破损,而且都用水笔写着学生的姓名,已无法二

随身登机行李收费须公开透明

木须虫

近日,有旅客反映带20寸行李箱登机,被部分航空公司要求支付费用,且不同航空公司执行标准不一。对此,有业内专家接受采访时称,相关企业在旅客行李服务告知等细节上需要改进。(见6月2日《人民日报》)

根据《中国民用航空旅客行李运输规则》,航空公司有权对行李的重量、体积和件数设定标准,并对超出部分收取费用。近年来,随着低成本航空模式的发展,越来越多航司将“基础票价+附加服务收费”作为运营模式,行李、餐食、选座等均成为可选项。这种模式本身有助于满足不同旅客的出行需求,实现价格分层。

然而,问题不在于能否收费,而在于如何收费、是否透明。

现实中,不少旅客在购票时并未被清晰告知随身行李的尺寸与重量限制,到了登机口才被告知需缴费,甚至出现“闹一闹就放行”的情况。例如,有乘客在昆明机场被某航司要求支付300元行李费,经协商后降至200元;另一家航司虽在购票页面注明“20寸不能带”,但实际执行中却存在弹性。这种规则模糊、执行不一的现象,严重损害了消费者的知情权与公平交易权。

不仅如此,部分航司将20寸行李箱这一长期被视为标准登机箱的尺寸排除在免费随身携带范围外,却在购票流程中显著提示。旅客基于过往经验认为可携带20寸箱登机,结果却在登机口遭遇“收费突袭”,难免产生被误导之感。

收费可以精细化,但规则必须前置、明确。航空公司应在购票页面以醒目方式标注随身行李的尺寸、重量限制及收费标准,避免将重要信息隐藏在冗长的“运输条款”中。民航主管部门也应推动建立统一的行李服务标识标准,要求航司在票价展示时同步披露免费行李额度,实现“明码标价”。

归根结底,航空服务的市场化改革不应以牺牲消费者体验为代价。唯有将告知义务落到实处,才能赢得旅客的理解与信任。



图说

伪装

一款面向婴幼儿的艾草防护喷雾,重点宣扬产品无农药成分、只靠气味驱蚊,营造安全无害的产品形象,还有儿童化妆品专属标识,但实际上,这款产品添加了驱蚊酯(微毒级农药驱蚊原料)——据近日央视财经报道,多款网红驱蚊产品存在虚假标注、严重注水等问题。

农业农村部曾出台相关认定标准,凡产品标注具备驱蚊、防蚊功能,一律列入农药品类监管。《农药标签和说明书管理办法》明确,微毒级别的农药也必须规范标注专属警示标识。一些商家之所以有恃无恐,在于驱蚊酯既属于农药驱蚊原料,也可作为日化原料合规使用,这样便可在产品报批上市时走化妆品渠道,以此避开农药产品的严格审核。可如此“挂羊头卖狗肉”,产品适用人群便会发生改变,或将为用户带来健康风险。入夏以来,驱蚊产品的安全和质量问题屡屡引发关注,有的产品被曝是“水+廉价香精”,有的贴牌产品指质量低劣……对此,监管部门应及时纠偏堵漏,从源头杜绝掺假和忽悠。

赵春青/图 陈曦/文

安全带是“P”的? 综艺节目不能重效果轻合规

孔德洪

近日,一档网络综艺节目因后期P图伪造驾乘人员佩戴安全带的画面引发热议。明明现场未戴安全带,却靠修图制造合规假象,这场“表面合规”的操作遭到公众质疑,公安部交管局也明确发声:交通安全绝不容忍自欺欺人。(见6月2日《南方日报》)

我国道路交通安全法明确规定,机动车行驶时,驾乘人员应当按规定使用安全带。这一法条不是可选择性遵守的建议,而是每一位交通参与者必须恪守的法定义务。综艺节目录制节奏紧张、追求节目效果等都不能成为漠视法规的借口,更不存在凌驾规则、弄虚作假的豁免特权。

遵守交规不是做给别人看的,而应是刻进骨子里的自觉。综艺作品自带传播属

性,荧幕画面会潜移默化影响大众认知。身处聚光灯下的公众人物,一举一动都有着示范作用——如能自觉遵守交通规则,便是生动的普法;如自身不系安全带,却通过后期P图伪造合规画面,这不仅是对自身生命安全的极不负责,更可能形成不良示范效应。名气与流量越大,对应的社会责任就越大,公众人物更应绷紧规则之弦,守住法律底线。

乱象背后,相关主体难辞其咎。作为内容生产与出品方,节目组既是现场录制的管理者,更是安全规范、法律法规的践行者与监督者。然而,该节目组非但没有履行安全提醒、现场监管职责,及时纠正艺人的违规行为,反倒动用后期制作技术为违法行为“遮丑洗白”,将流量、热度置于安全与法治之上,让综艺作品失去了应有的价值担当。

事实上,此类“合规造假”并非个例,近年来在一些文娱节目录制中,安全规范流于形式、刻意遮掩违规行为、重效果轻合规等乱象时有发生。根源在于部分从业者心存“文娱特殊论”的侥幸,认为综艺录制属于行业特例,可脱离常规监管、规避规则约束,认为流量热度高于法律底线与公共安全。彻底根治此类乱象,仅靠网友批评质疑、制播平台道谢远远不够,必须构建起多方联动、全程监管、从严追责的长效治理体系。

监管部门需补齐文娱行业安全监管短板,细化综艺录制、户外拍摄等场景的安全合规细则,加大对违规行为排查惩处力度,打消行业侥幸心理。各大播出平台与制作团队要摒弃流量至上思维,将合规录制、安全管理贯穿节目策划、拍摄、剪辑全链条。广大演艺从业者更要常怀敬畏之心,明规矩、守底线,以一言一行传递正向价值。

网暴抗洪村干部者被罚,法律不惯着“键盘侠”

关育兵

据公安部网安局微信公众号消息,近日,湖南省石门县遭遇强降雨,一名村干部连续多日坚守抗洪救灾一线,极个别网民因其接受采访时的配饰而对其进行无端指责,揣测“耳环有二三重”,并发布“普通农村妇女可戴不起金耳环”“把耳环捐了更感动”等贬低嘲讽类言论,干扰抗洪救灾工作,影响恶劣。对此,公安网安部门迅速行动,依法查处网暴行为15起,对秦某某(男,44岁)、宋某某(男,45岁)等依法行政

处罚。

这一处罚清晰宣告:网络暴力不是玩笑,干扰救灾不是小事,法律绝不会惯着那些在灾难面前“伸张正义”的“键盘侠”。网暴的逻辑本就经不起推敲。一位村干部连续多日上门叫应、转移安置群众,其工作是用双脚跑出来的、用汗水浇灌出来的。而某些人坐在安全的房间里,截取一张采访截图,放大、审视、臆测——他们对灾情损失漠不关心,对救援困难视而不见,却对一对耳环产生了“鉴宝”般的浓厚兴趣。更恶劣的是,他们以“道德”为幌子,动辄要求他人“捐了才感动”,这是赤裸裸的道德绑架。

更值得警惕的是网暴行为的实质危害。此事发生在抗洪救灾关键时刻,一线干部本就身心俱疲,还要承受来自网络的冷箭与羞辱,何其不公!这类言论一旦蔓延,难免会形成一种“寒蝉效应”——基层干部可能会担心因佩戴一件普通饰品、穿着一件寻常衣服而成为下一个“靶子”,从而在工作时犹疑、在镜头前伪装。这类言论甚至会影响救灾士气,损及基层工作者的尊严。正因如此,公安机关将其定性为“干扰抗洪救灾工作”并依法处罚,绝非夸大其词。

融媒作品选粹

别让果味香烟“围猎”下一代



中学生一出校门就点烟,果味香烟精准“围猎”青少年。有的孩子甚至买甘油、兑尼古丁,自制“特调”烟油。商家精心设计口味,绕开监管,把未成年人当作最诱人的“蛋糕”。成年人世界层层失守——商家无底线逐利,监管、法律、家庭、教育均有缺位,织成一张难逃的烟草诱惑之网。孩子不是待开发的处女地,而是需要呵护的幼苗。别让烟雾和利润,污浊他们纯净的世界。(本报记者 张世光)

扫描二维码,观看工人日报融合报道《【鼓楼新语】中学生一出校门就吸烟,究竟是谁在层层失守?》

暴雨中救人的小哥,他的心愿实现了



不久前,曾在广州暴雨中挺身救人的小哥,终于盼来了父亲出院的好消息。从了解到行动,工会“娘家人”只用了十一天,就帮他圆了多年的心愿。善意会传递,温暖有回响。愿每一份不求回报的勇敢,都能被这个世界温柔守候。(本报记者 史宏宇 曲欣悦)

扫描二维码,观看工人日报融合报道《口碑·高效办成一件事!十一天“好人好报”》

“等我长大了,也要成为一束光”



他们,可能是孤独症儿童,在康复室里一遍遍重复着“你好”却不敢看对方的眼睛;可能是留守儿童,把心事写在日记本上,寄给远方的爸妈;也可能是流动儿童,随父母辗转不同城市,在陌生校园里悄悄藏起乡音。

在江苏泰兴、高邮的未成年人保护中心,这样的孩子还有很多。孤独症儿童小于曾在未保中心的帮助下走出阴霾,成为志愿者,她说:“等我长大了,我也要努力成为一束光,去温暖更多需要帮助的人。”(本报记者 李宇轩)

扫描二维码,观看工人日报融合报道《“等我长大了,也要成为一束光”》

赛场数据的“隐形军师”



夏梦伟是一名体育数据包装工程师,日常他会和团队一起,将球员数据、难度系数、战术分析等专业内容,转化为观众看得懂的图表和动画,嵌入赛事直播。从赛前前瞻到赛后复盘,他的工作就是拆解赛场门道,让普通人也能看懂竞技逻辑。目前AI虽能辅助设计,但核心环节仍要人工把关。“我们守着数据精准的底线,也希望更多人通过看懂比赛,爱上运动,让健康生活蔚然成风。”(本报记者 史宏宇 蔚可任 董鲁豫)

扫描二维码,观看工人日报融合报道《“隐形军师”解锁赛场风云 | 三工视频·新360行之体育数据包装工程师》

整理 白至洁